



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Valtakunnallisten kotiseutupäivien suunnitteluprosessin kuvaus

Matinpalo, Nanne

2015 Leppävaara



Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara

Valtakunnallisten kotiseutupäivien suunnitteluprosessin kuvaus

Matinpalo, Nanne
Facility Management
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2015

Matinpalo, Nanne

Valtakunnallisten Kotiseutupäivien suunnitteluprosessin kuvaus

Vuosi	2015	Sivumäärä	43
-------	------	-----------	----

Tämä opinnäytetyö pohjautuu Kotiseutupäiviin 2015, jotka järjestettiin Espoossa 6.-9. elokuuta 2015. Toimeksiantajana toimi Suomen Kotiseutuliitto. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää vetävätkö Kotiseutupäivät lapsiperheitä sekä nuoria puoleensa.

Kotiseutupäivät ovat vuotuinen päätapahtuma kotiseututyölle. Niille osallistuu eri kotiseutuyhdistysten jäseniä ympäri Suomea. Tehtäväni oli selvittää, kiinnostavatko Kotiseutupäivät ulkopuolisia, erityisesti lapsiperheitä sekä nuoria. Yhteistyö Kotiseutuliiton kanssa alkoi suunnittelemalla ohjelmaehdotusta heille. Tässä ohjelmaehdotuksessa oli erityisesti otettu uusi kohderyhmä huomioon. Yhdessä Kotiseutuliiton kanssa, muovattiin ohjelmasta Kotiseutupäiviin sopiva. Uudistuksena aiempiin päiviin laadittiin ohjelmaa myös ulkopuolisille. Kehitettiin tapahtuman eräälle päivälle lapsille ja nuorille suunnattua ohjelmaa, mikä oli aivan uutta kyseiselle tapahtumalle.

Opinnäytetyön teoreettisena viitekehyksenä toimi tapahtuman järjestämisen teoria, sekä asiakasymmärryksen teoriaa. Lisäksi käytin multisensorisuuden teoriaa. Teoreettinen pohja kuvailee kuinka järjestää tapahtuma ja mitkä asiat tulee ottaa huomioon. Löytääkseni vastauksen kysymykseeni, haastattelin tapahtumassa kävijöitä sekä tein havaintoja tapahtuman aikana. Saadakseni kotiseutuyhdistysten jäsenten mielipiteet tapahtumasta, käytin Kotiseutuliiton teettämää kyselyä apuna. Analysoimalla ulkopuolisten ja jäsenten vastaukset sain pohjaa, miten Kotiseutupäivät voisivat vedota uuteen kohderyhmään.

Opinnäytetyön tuloksena kehitin ideoita tulevia Kotiseutupäiviä varten. Ideat pohjautuvat siihen, kuinka saada lapsiperheitä ja nuoria kiinnostumaan päivistä sekä kotiseututyöstä.

Asiasanat tapahtuman järjestäminen, lapsiperheet, uusi näkökulma

Matinpalo, Nanne

Kotiseutupäivien suunnitteluprosessin kuvaus. The designing process of the Finnish heritage days

Year 2015

Pages

43

This thesis is based on the Finnish heritage days of 2015. This event was organized by the organization of Finnish heritage, which was as well my customer. It was organized in Espoo during 6th and 9th of August 2015. The purpose of this thesis was to get to know whether the Finnish heritage days attracts young people and families with kids.

The event of Finnish heritage days is annual and it has been organized since 1949. The event gathers together people from local organizations. My job was to get to know whether the event interests young people and families with kids. To get to my goal, I worked together with the Finnish heritage organization. Together we created activities for kids and young people. As the result of our cooperation we created a three hour part that was directed mostly to kids and young people. This part was the ending show and the idea was totally new for this certain event.

As the theoretical part I used the theory of event management and service design method. As well by adding some theory of multisensory, I got development ideas. The theory base explains the important parts of organizing events and what things need to be taken into consideration. To be able to answer the research question of the research, I did some observations, made a survey during the event, specialized in the outsider's point of view. To analyze the member-organizations opinion about the new parts for the event, I used a questionnaire and answers that were gathered by the Finnish heritage organization.

As the result of this thesis, I created new ideas for the upcoming events. These ideas are based on the theory and the analyze and answers of the questionnaires.

Keywords event management, families with kids, new perspective

Sisällys

1	Johdanto	7
2	Kotiseutuliitto	8
2.1	Kotiseutupäivät	8
2.2	Yhteistyön alku	8
3	Suunnitteluprosessi	10
3.1	Kohderyhmä	10
3.2	Paikan ja ajankohdan valinta	11
3.3	Ohjelman suunnittelu	12
3.4	Työntekijät ja toimikunnat	13
3.5	Budjetointi sekä yhteistyökumppanit	13
3.6	Luvat	14
3.7	Markkinointi	15
3.8	Aistit ja moniaistisuus	15
3.9	Tapahtuman lopettaminen	16
4	Tapahtuman toteuttaminen- Kotiseutupäivät 2015	17
4.1	Ensimmäinen tapahtuma päivä	17
4.2	Toinen tapahtumapäivä	18
4.3	Kolmas tapahtumapäivä	18
4.4	Neljäs tapahtumapäivä	19
5	Tutkimusmenetelmät	21
5.1	Service design thinking- Asiakas ymmärrys	21
5.2	Käytetyt menetelmät	23
5.2.1	Havainnointi	23
5.2.2	Kyselyt	24
6	Kyselyn vastausten analyysi	24
6.1	Markkinoilla suoritettu kysely	24
6.1.1	Ikäryhmien huomiointi	24
6.1.2	Tapahtuman markkinointi	25
6.2	Kotiseutuliiton kysely	26
6.2.1	Lasten ja nuorten huomioiminen	26
6.2.2	Tapahtuma-alue sekä tiedotus	28
6.3	Oliko tapahtumassa tarpeeksi lapsille ja nuorille ohjelmaa?	29
6.4	Päivien esille tuonti	29
7	Yhteenveto	30
	Lähteet	34
	Kuvat	36
	Kuviot	37

Liitteet.....	38
---------------	----

1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on Valtakunnallisten Kotiseutupäivien suunnitteluprosessin kuvaus. Tehtäväni on paneutua tapahtuman suunnitteluprosessin eri vaiheisiin ja kuvata ne.

Valtakunnalliset kotiseutupäivät ovat kotiseututyön vuotuinen tapahtuma, jossa kootaan eri paikalliskotiseuturyhmien ja -organisaatioiden vaikuttajia sekä jäseniä yhteen. Vuoden 2015 Kotiseutupäiviin haluttiin pientä muutosta vetoamalla lapsiperheisiin ja nuoriin. Tämä siksi, jotta tapahtumaan ja kotiseututyöhön saataisiin uutta näkökulmaa sekä nuorempaa ikäpolvea kiinnostumaan kotiseututyöstä. Toiminnan nuorennusleikkaus olikin syy, miksi Suomen Kotiseutuliitto aloitti yhteistyön Laurea -ammattikorkeakoulun kanssa. Tästä heräsikin tutkimuskysymys: Vetääkö kotiseutupäivät lapsiperheitä ja nuoria puoleensa? Kiinnostuivatko he kotiseututyöstä?

Opinnäytetyön tein toimeksiantajalleni Suomen Kotiseutuliitolle. Tehtäväni oli osallistua Kotiseutupäivien 2015 suunnitteluun ja tapahtuman toteuttamiseen. Tehtäviini kuului myös osallistua muutamiin ohjelmatoimikunnan kokouksiin kertoakseni ideoistani. Suunnitteluprosessin aloitin keväällä 2014. Tapahtuma toteutettiin 6.-9.8.2015.

Opinnäytetyön kokoamisen toteuttamiseksi käytin monia erilaisia tapoja ja menetelmiä. Käytettyjä menetelmiä muun muassa olivat brainstorming, asiakasymmärrys sekä tiedon keruu. Paransin omaa ymmärrystäni Kotiseutupäivien rakenteesta osallistumalla järjestäjien erilaisiin kokouksiin. Työssäni minua avustivat Kotiseutuliiton henkilökunnasta Jonina Vaahtolampi ja Riitta Vanhatalo. Laurean puolelta ohjaajanani toimi Kaija Meriläinen sekä Kaisa Airo.

2 Kotiseutuliitto

Kotiseutuliitto on kotiseututyön keskusjärjestö. Se on järjestetty vuonna 1949. Sen tarkoituksena on kehittää kotiseututyötä sekä vaalia kulttuuriperinnettä. Kotiseutuliitolla on 150 000 jäsentä. Liiton tavoitteena on muun muassa edistää kansallista kulttuuria. (Kotiseutuliitto, 2015. A/)

2.1 Kotiseutupäivät

Kotiseutupäivät ovat kotiseututyön päätapahtuma ja samalla Suomen suurin kotiseututapahtuma. Tapahtuma järjestetään vuosittain eri paikkakunnilla ja sitä on järjestetty jo vuodesta 1949 lähtien. Päiville osallistuu eri paikallisjärjestöiden edustajia sekä monia kotiseudun ystäviä. (Kotiseutuliitto, 2015. B/)

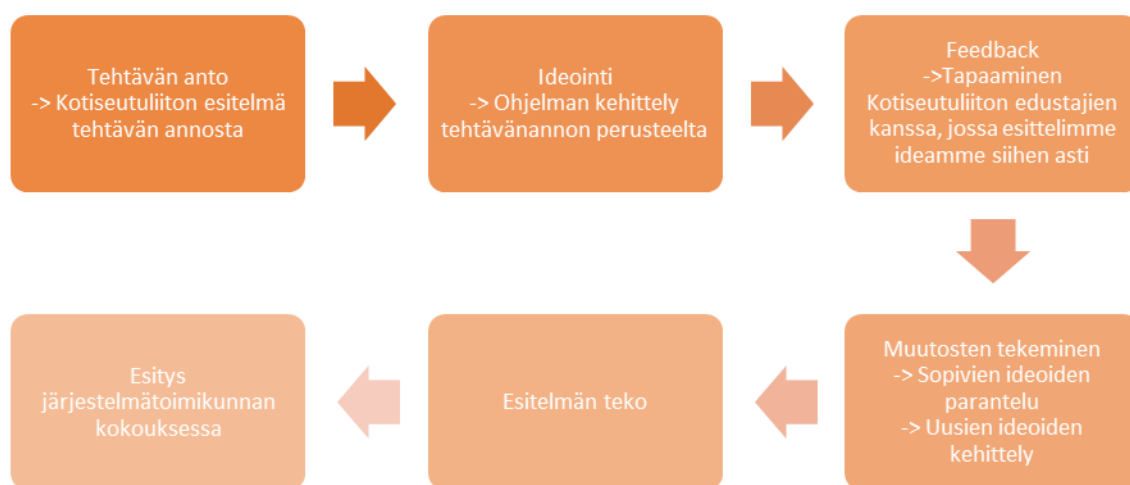
Kotiseutupäivien tarkoituksena on käsitellä kotiseututyölle keskeisiä aiheita sekä tutustua järjestäjäalueeseen. Tapahtuman järjestää Suomen Kotiseutuliiton valtuuttama kunta tai kaupunki. Mukana järjestelemässä on yleensä kaupungin tai kunnan lisäksi myös esimerkiksi maakuntaliitot sekä paikalliset kotiseutuyhdistykset. (Kotiseutuliitto, 2015. B/)

2.2 Yhteistyön alku

Keväällä 2014 osallistuin Laureassa järjestettyyn englanninkieliseen ”tapahtuman järjestämisen” -opintojaksoon. Tällä opintojaksolla aloitin multikulttuurisen -ryhmäni kanssa yhteistyön Suomen Kotiseutuliiton kanssa. Suunnittelimme vuoden 2015 päivien järjestäjille ohjelman. Erityisenä kohderyhmänä meillä olivat lapsiperheet ja nuoret, sillä Kotiseutuliitto halusi lähestyä uutta kohderyhmää.

Prosessi alkoi tapaamisella Suomen Kotiseutuliiton kanssa. Kotiseutuliiton edustajat esittivät meille tehtävänannon sekä kertoivat vaatimukset ja tapahtuman osat, jotka tuli olla ohjelmassa. Vaatimuksina oli muun muassa vuosikokous, messut sekä seminaari. Oppilaat saivat luvan kehitellä mitä kummallisempia ideoita kyseistä projektia tehdessään. Tapaamisen jälkeen ryhdyimme ryhmäni kanssa suunnittelemaan päiviä ja kehittelemään ideoita. Tässä vaiheessa käytimme metodeina brainstormingia ja asiakasymmärrystä. Kirjoittelimme ideoita post-it-lapuille, joita kiinnittelimme isolle paperiarkille. Ideoinnin jälkeen tapasimme toimeksiantajan edustajat uudelleen. Tapaamisessa esittelimme ohjelmaehdotuksemme ja kuulin edustajien kommentit ehdotuksista. Palaverin jälkeen meille jäi muutamia ideoita kehitettäväksi parempaan suuntaan ja saimme uusia ideoita työstettäväksi. Näiden uusien ja vanhojen ideoiden pohjalta teimme ohjelman ja esitelmän, jonka esitimme järjestelmätoimikunnan kokouksessa.

Järjestelmätoimikunnan kokouksessa esiteltyjä uusia ideoita olivat muun muassa saunarekka, mölkkykisa ja salibandykisa. Ohessa oleva kuvio1 ja aikataulu (kuva 1) esiteltiin järjestystoimikunnan kokouksessa toukokuussa 2014. Näitä ideoita ei kuitenkaan viety loppuun Kotiseutuliiton puolelta, kun osa opiskelijoista jättäytyi pois projektista. Kuvio 1 selventää edellä kuvattun prosessin vaiheet.



Kuvio 1- Tapahtuman järjestämisen kurssin kulku

	A	B	C	D	E	F	G
1			Vedös 1				
2							
3		KOTISEUTUPÄIVÄT ESPOO					
4		THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SATURDAY	SUNDAY	
5		13-16 Seminar @ Laurea auditorium	9-10 Sello speeches; Espoo city/ Local heritage federation	10-13 Graffiti @ Leppävaaran sport field; Espoo city/ Local heritage federation	10-12 Church: Espoon tuomiokirkko	10-15 Markets @ Leppävaara Sport field; Espoo city/ Local heritage federation	
6		16-17:30 Annual meeting @ Laurea Auditorium	10-11 Local heritage federation presents itself	10-13 Basketball @ Leppävaara Sport field; Local heritage federation			
7		18-21 Espoo city welcoming/Cocktail party @ Laurea	9-15 Markets @ Sello, Espoo city/ Local heritage federation	10-13 Body painting @ Leppävaara Sport field; Local heritage federation			
8			- Hand made art, Food, artist heritage federation	13-14:30 Mölkky @ Leppävaara Sport field; Local heritage federation			
9			18-24 Movie night/ Get to know each other @ Laurea/Sport field tent; Espoo city/ Local heritage federation/Finkino	14-30-17 Sauna truck/swimming pool @ Leppävaara Sport field; Local heritage federation, saunareissu.fi			
10				12-12:30 Dancing group @ Leppävaara Sport field; Union, Nickone, Lamourettes, Hunks, DCA, Step UP			
11				19-01 Gaala @ Laurea, Sport field, Sello, Halla; Local heritage federation/Espoo city			
12							
13							
14							
15		NOTICE! In the notes in every section can see details and who is responsible of this activity					
16							
17		Only for Local heritage federation members					
18							

Kuva 1- Opiskelijoiden ohjelmaehdotus

Tältä näytti ehdotuksemme Kotiseutupäiviä varten. Tästä minä siirryin tekemään opinnäyte-työtä ja Kotiseutuliitto valmistelevaan Kotiseutupäiviä.

3 Suunnitteluprosessi

Tapahtuman suunnitteluprosessi on pitkä ja vaatii monen asian huomioon ottamista. Ennen suunnittelun aloittamista on tärkeä miettiä etukäteen seuraavia kysymyksiä: miksi tapahtuma pidetään ja kenelle tapahtuma on tarkoitettu. Suunnitteluprosessi on tärkeä, sillä sen avulla saavutetaan tapahtuman tavoitteet niin järjestäjän kuin asiakkaan näkökulmasta. On myös tärkeää ottaa huomioon osallistujien odotukset ja tarpeet. (Getz 2012, 224- 225.)

3.1 Kohderyhmä

Tapahtuman osallistujat voivat muodostua suuryleisöstä, kutsuvieraista avoimella tai rajatulla kutsulla. Kohderyhmä on erittäin hyvä miettiä jo hyvin etukäteen, jotta tapahtuma on oikeanlainen sekä kutsuva kohderyhmää kohtaan. (Häyrinen & Vallo 2014, 121- 123.) Kuten Vallo ja Häyrinen mainitsevat kirjassaan ”Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen” (2014, 124) tapahtumaa ei järjestetä itselle vaan osallistujille. Kohderyhmä ja sen koko jo itsessään määrittävät, minkä tyyppinen tapahtuma on kyseessä.

Vaikka tapahtuma järjestetään vieraille/ osallistujille, tulee tapahtuman eri osa-alueet miettiä kaikkien näkökulmasta. Kuten Van der Wagen ja White kertovat, jokainen yleisö on erilainen ja tapahtuman järjestäjien tulee ottaa se huomioon kohderyhmää miettiessään. He myös kirjoittavat, että on varauduttava ennalta arvaamattomiin muutoksiin, jotta tapahtuma vastaa osallistujien odotuksia. (Van Der Wagen & White 2010, 29.)

3.2 Paikan ja ajankohdan valinta

Tärkeä osa tapahtuman suunnittelua on tapahtumapaikan sekä ajankohdan valinta. Nämä määrittävät jo, kuinka moni pääsee paikalle.

Tapahtuma-aluetta valittaessa on hyvä miettiä kahta asiaa, ensiksi paikan toiminnallisuutta sekä soveltuvuutta tapahtuman laadulle. Kun tapahtumapaikkoja etsii, on hyvä miettiä tapahtumapaikka kaikista näkökulmista. Se, mahtuvatko kaikki ajatellut vieraat tai ajateltu määrä kävijöitä paikalle, on pidettävä mielessä etsintöjen ajan. Kuinka helposti paikalle pääse sekä kuinka helposti sen löytää, ovat hyviä huomioita paikkaa valittaessa. Tapahtumapaikan valitsija saattaa helposti unohtaa kävijöiden tarpeet, ihastuessaan paikkaan. Osallistujien näkökulma tulee kantaa läpi paikan valintaprosessin. (Van Der Wagen, & White 2010, 40-45.)

Tapahtumapaikan valinta on tärkeä osa prosessia, sillä paikan tulee olla tarpeeksi iso kaikille tapahtumaan osallistuville ja sen tulee olla helposti tavoitettava. Tapahtumapaikaksi kelpaa lähes mikä tahansa paikka, kunhan se sopii osallistujamäärälle sekä järjestäjän tarpeisiin. Esimerkiksi jos tapahtuma on toisella paikkakunnalla, osallistuville tulee matkustuskustannuksia. Tämä saattaa vaikuttaa osallistujien määrään. Tapahtuman ollessa ulkona on hyvä miettiä varasuunnitelmaa huonon sään varalle sekä ottaa huomioon liikuntarajoitteiset henkilöt. (Häyrynen & Vallo 2014, 141- 143.)

Tapahtuman järjestäjällä saattaa olla useita kriteereitä tapahtumapaikkaa valitessaan, esimerkiksi sopiiko tila organisaation imagoon tai tapahtuman luonteeseen, millaiset ovat kulku-yhteydet, äänentoisto sekä tilan koko. Muita hyviä huomioon otettavia seikkoja ovat muun muassa saniteettitilat, joilla takaa jo monen osallistujan viihtyvyyden. (Häyrynen & Vallo 2014, 143.)

Ajankohdan valinta määrittää, kuinka moni paikalle pääsee. On olemassa ajankohtia, jolloin ei tietynlaisia tapahtumia kannata järjestää. Juhlapyhien aikaan ei tapahtumaa kannata järjestää, koska yleensä juhlapyhät on pyhitetty perheelle, saati maanantaiaamua tai perjantai-illataa, varsinkin jos kyseessä on päivän tai muutaman tunnin kestävä tapahtuma. Kun kyseessä on pidempi/ isompi tapahtuma, on hyvä käyttää hyödyksi viikonloppua, sillä se mahdollistaa työssäkäyvien ihmisten pääsyn tapahtumaan. Viikonloput eivät nimittäin katkaise ahkeraa

työviikkoa. Ajankohtaa miettiessä on hyvä varmistaa, ettei samaan aikaan ole toista samalaista tapahtumaa, sillä tämä vähentää kävijämääriä. (Häyrinen & Vallo 2014, 147- 148.)

Tapahtuman kesto on hyvä miettiä niin kävijöiden kannalta, kuin kustannuksien sekä työpanoksenkin kannalta. Tapahtuman kesto on hyvä miettiä niin, että tapahtuma saadaan vietyä alusta loppuun ilman suurempia ongelmia. (Häyrinen & Vallo 2014, 149.)

3.3 Ohjelman suunnittelu

Mietittäessä tapahtumaan ohjelmaa, tulee ottaa huomioon kohderyhmä sekä tavoite ja teema. On hyvä kysyä itseltään suunnitteluvaiheessa, onko kyseessä viihde, asiatapahtuma vai yhdistelmä. On hyvä ottaa huomioon kohderyhmän odotukset ja se mitä se saa irti tapahtumasta ja sen sisällöstä. Harva osallistuu tapahtumaan, joka ei yleisöä kiinnosta tai se ei saa siitä mitään irti. (Häyrinen & Vallo 2014, 197.)

Suurtapahtumaan kuuluu usein esiintyjiä. Esiintyjiä valittaessa on hyvä miettiä ensiksi, minkä tyyppistä esiintymistä/ esiintyjää ollaan etsimässä ja kuka sellaisia tarjoaa. Valitsemisprosessissa on hyvä tutustua ja miettiä jo valmiiksi tunnettuja tai itselleen tuttuja esiintyjiä. Näin jo valmiiksi tietää, mitä on odotettavissa. Esiintyjiä valittaessa parhaimpia kriteereitä ovat teemaan sopivat, kohderyhmää puhuttelevat tai kustannustehokkaat esiintyjät. (Häyrinen & Vallo 2014, 208.)

Tapahtuman ohjelma on Getzin (2013, 237) mukaan osallistujien käsikirjoitettu aktiviteettilista. Ohjelma voi olla yksinkertainen tai erittäin kompleksi, riippuen siitä kuinka paljon ohjelmaa halutaan mahdutettua tapahtumaan. Ohjelma koostuukin usein erilaisista tarjotuista aktiviteeteista sekä palveluista. Näiden tarjottujen palveluiden sekä aktiviteettien tulee olla houkuttelevia sekä sopia useamman tyyppiselle ihmiselle. (Getz 2012, 237.)

Getzin kirjassa ”Event studies”(2012) sanotaankin, että suunnitteluprosessi alkaa vanhan ohjelman arvioimisella ja/tai uuden idean kehittämisellä. Hän sanoo, että tuotetta tai tapahtumaa olisi hyvä testata, vaikka järjestettävän tapahtuman testaaminen onkin vaikeaa. Mutta vertaamalla tai arvioimalla vanhaa tai jo tehtyä tapahtumaa on testaus tavallaan tehty. Tapahtumassa voi olla useita elementtejä ja ohjelmaa suunniteltaessa on mietittävä, mitä elementtejä tapahtumaan halutaan tuoda. Esimerkiksi leikkimielisiä pelejä, aistien esille tuominen, sosialisoituminen, osta ja myy sekä niin edelleen ovat erilaisia mahdollisia elementtejä, joita voi tuoda tapahtumaan. (Getz 2012, 237-239.)

Kun ohjelma on lähes valmis, tulee miettiä kävijän kokemuksia. Sillä yhä useammin tapahtumat sekä tuotteet ovat samanlaisia kuin olemassa olevat. Mitä kutsuvampi tapahtuma on, sen

parempia yleensä kokemukset ovat. Näin asiakas tekee tapahtumasta helposti brändin mieleensä ja näin ollen muistaa helpommin tapahtuman. (Experience design 2015)

3.4 Työntekijät ja toimikunnat

Tapahtumaa järjestettäessä on tärkeä miettiä kuinka paljon työntekijöitä tarvitaan tapahtumaan. On hyvä muistaa, että tapahtumassa on esimerkiksi tarpeeksi järjestyksenvalvoja ja ensihoitajia. Jokaiselle työntekijälle on hyvä jakaa heidän työtehtävät etukäteen, jotta tapahtuman aikana ne ovat jokaiselle selviä. On hyvä muistaa, että ilman työntekijöitä ei ole tapahtumaa. (Conway 2009, 172-173.)

Suuriin tapahtumiin tarvitaan usein paljon työntekijöitä ja se saattaa olla iso osa budjettia. Tästä syystä onkin hyvä palkata vapaaehtoistyöntekijöitä, jotka tekevät mielellään töitä ilmaiseksi tai ruokapalkalla. Vapaaehtoisia saa useista paikoista. Pääyhteistyökumppanilta on hyvä kysyä ensiksi, sillä heiltä saattaa löytyä monen näköistä osajajaa. Muita paikkoja vapaaehtoistyöntekijöiden löytämiseen on esimerkiksi oppilaskunnat yliopistoista ja oppilaitoksista. (Allen, Bowdin, McDonnell & O'Toole 2001, 95.)

Tapahtumaa järjestettäessä on aina suunnittelussa tai auttamassa vapaaehtoisia. Osa heistä saattaa työskennellä tapahtumassa pelkästään, kun taas osa saattaa kuulua erilaisiin järjestelytoimikuntiin. Toimikunta, johon he kuuluvat saattaa vaihdella statuksen, taitojen tai intressien perusteella. Toimikunnilla on huomattu olevan erittäin tehokkaita tapahtumaa suunniteltaessa, sillä heillä on kiinnostus tapahtumaa kohtaan sekä heidän suhteillaan löydetään helposti tiloja ja muita tapahtumaan liittyviä tarvikkeita sekä tuotteita. (Parry & Shone 2004, 47.)

3.5 Budjetointi sekä yhteistyökumppanit

Tapahtuman budjetointi on sen järjestämisessä ehkä se haasteellisin osuus. Tapahtumat menevät jo helposti suunnitteluvaiheessa yli budjetin. Tapahtuman suunnittelussa ensitöikseen on hyvä tietää kuinka paljon rahaa on valmis tai pystyy käyttämään. Erinäköiset kulut on hyvä luetella jo aluksi. Tämänlaisia kuluja ovat muun muassa työntekijöiden palkat, tarvittavat tarvikkeet, tarjolla olevat ilmaistuotteet sekä - virvokkeet ja esiintyjien palkkiot. Tämän jälkeen on hyvä listata tulot. Tällaisia ovat muun muassa tulot lipuista, sponsorien antamat rahat tai tuotteet. Tämän jälkeen näkee jääkö plussalle vai miinukselle. Tässä vaiheessa on hyvä tehdä muutoksia vielä budjettiin. Budjetointi on hyvä tapa järjestäjille pysyä suunnitelmissa, mutta myös pitää huolen rahallisesta puolesta. (Allen 2000, 170, 177-179.)

Budjetointi on tärkeä osa tapahtuman suunnittelua, sillä silloin tiedät mihin rahaa riittää sekä mistä sitä tulee. Ensimmäisenä on hyvä tehdä raakaversio huomioiden kuinka paljon rahaa on valmis käyttämään mihinkin. Tämän jälkeen on hyvä huomioida ulkoiset kustannukset. Budjettia tehdessä on hyvä kysyä kommentteja muilta työntekijöiltä. Kun budjetti on viimein valmis ja tapahtuman suunnittelu on lähtenyt käyntiin vauhdilla, on hyvä aina palata katsastamaan budjettia, jottei se ylitä. (Van Der Wagen & White 2010, 342.)

Shonen ja Parryn (2004, 110) mukaan ennen kuin investoi, on kaikkien suunnittelijoiden hyvä tietää mihin kukakin rahaa käyttää ja koska ostokset tehdään. Heidän mukaansa olisi hyvä, että useampia henkilö olisi vastuussa budjetissa pysymisestä eikä vaan budjetin laatija. Esimerkiksi markkinointivastaavat voisivat olla vastuussa markkinoinnin lisäksi myös tuloista, jotka saadaan myydyistä lipuista.

Myytyjen tuotteiden määrä ei ole ainoa tapa kerätä rahaa. Tämän kaltaisia muita tulonlähteitä voivat olla sponsori-suhteista tulevat tulot sekä myyntitulot tuottoisista aktiviteeteista. Hyvänä esimerkkinä mainostilan tai yrityksen logon näkyminen tapahtumassa rahallista korvausta vastaan. Nämä muut tulojen lähteet saattavat olla kriittisiä esimerkiksi pienemmissä tapahtumissa. Jos tapahtumajärjestäjillä on yhteistyökumppaneita, voi heidän kanssa sopia, voisivatko he olla rahallisesti vastuussa jostakin tai jos he pystyisivät lainaamaan tapahtuman ajaksi joitakin tarvittavia asioita. Kyseisiä lainaamiseen tarvittavia asioita voi olla työntekijöitä, telttoja ja niin edelleen. (Parry & Shone 2004, 112-113.)

3.6 Luvat

Isoissa tapahtumissa tulee mitä luultavammin anoa erilaisia lupia. Tällaisia ovat esimerkiksi luvat paikallisilta päättäjiltä, alueen omistajalta, ruoka sekä anniskelulupa. Tarvittavat luvat ovat syytä kirjallisena etukäteen, jotta kaikilla osapuolilla on yhteinen ymmärrys asiasta. Markkinatyypisessä tapahtumassa on hyvä myös kysyä lupa autojen ajosta tapahtuma-alueelle sekä poistumistie merkinnöiden laittamisesta. (Conway 2009, 141-151.)

On hyvä hakea luvat tarpeeksi ajoissa, sillä ilman niitä ei tapahtumaa välttämättä pidetä. Luvat eivät ole pelkästään byrokraattisia muodollisuuksia, ne ovatkin yleensä tapahtumanpitäjien hyväksyntä laillisista aktiviteeteista tapahtuman aikaan. Onkin hyvin tärkeä, että luvat on haettu ja hyväksytty hyvissä ajoin ennen tapahtumaa ja, että niitä noudatetaan tapahtuman aikana. Jos lupia ei ole tai niiden tuomia sääntöjä rikkoo, voidaan tapahtuma päättää kesken. Seuraamuksena on yleensä sakko tai rahallinen korvausvelvollisuus. (Berlonghi 1997, 67.)

3.7 Markkinointi

Tapahtuman markkinointi tapahtuu, esimerkiksi internetissä, lehdissä, radiossa ja televisiossa. Tapahtuman markkinointi on tärkeä osa tapahtuman näkyvyyttä. Mainonta on maksettu tapahtuma, jossa tapahtumaa mainostetaan useammassa medialajissa. Ennen markkinointisuunnitelman laatimista, on hyvä tietää kohderyhmä, missä he asuvat ja niin edelleen. Lisäksi heidän tottumuksensa on hyvä ottaa huomioon, sillä näin saadaan täsmennettyä mainonta oikealla tavalla heihin. Näin saadaan varmuus, kuinka heitä kannattaa lähestyä. Markkinoinnin edellytys on tietää kohderyhmä ja minkälaisissa piireissä he liikkuvat. Esimerkiksi vanhempi sukupolvi saattaa lukea enemmän lehtiä, kun taas nuorempi sukupolvi lukee asioista sosiaalisesta mediasta enemmän. (Van der Wagen & White 2010, 93.)

Osa edellä mainituista mainonnan lajeista voi olla kalliita, kuten televisiomainonta. Näin ollen esimerkiksi pienten tapahtumien markkinoinnissa on hyvä käyttää flyereita ja brosyyreita, sillä ne eivät ole yhtä kalliita kuin esimerkiksi televisiomainonta. Näiden flyereiden tulee olla informatiivisia, värikkäitä sekä selkeitä. Näin ihmiset näkevät ja saavat tiedon helposti brochyristä. (Van Der Wagen & White 2010, 92-95.).

Markkinoinnin ensimmäinen askel on nimen, logon sekä värien suunnittelu. On hyvä pitää muun muassa bannerit, liput sekä muut mainonnan tuotteet samassa väriskaalassa; sillä näin tapahtuman tunnettavuus kasvaa. Näin voit taata että ihmiset tunnistavat tapahtuman useammassa eri medioissa. (Van Der Wagen & White 2010, 90-95.)

3.8 Aistit ja moniaistisuus

”Aistit ovat silta ulkomaailman ja sisäisen tilamme välillä.”, Parkkinen, Tolonen & Tuorila (2008, 10). Ihmisellä on viisi aistia: näkö-, haju-, maku-, kuulo- sekä tuntoaistit. Jokaisella aistintavallamme on oma tehtävänsä, kun kyse tulee aistin varaisiin tuntemuksiin. Havainnot, joita aisteillamme teemme, on suuri vaikutus käyttäytymiseemme sekä elintoimintoihimme.

Havainnot joita teemme aisteillamme vaikuttaa paljolti siihen kuinka suhtaudumme tuotteisiin sekä tilaisuuksiin. Tietynlaisissa tunnetiloissa tarvitsemme eri asioita. Nämä tarpeet ovat yksilöistä riippuvaisia. Sama koskee tapahtuvaa reaktiota aivoissamme, kun aistimme uutta tai vanhaa. Aistilliset kokemukset ovat riippuvaisia muun muassa aikaisemmista kokemuksistamme, muistista, odotuksista sekä asenteesta. (Parkkinen & ym 2008, 65-68.)

Ihmisten käsitys maailmasta on luotu aistien kautta. Useat ihmiset luovat muistoja aistien kautta. He ovat usein kiintyneitä brändeihin joiden kautta he ovat luoneet positiivisia muistoja. Koska näköaisti houkuttelee sekä viettelee, on se peräti vahvin aisteistamme. Käyttämällä näköaistin voimaa, voidaan lähettää vahvoja viestejä. (Alakoski, Bäck 2013, 28-38.)

Myös aistit vaikuttavat tapahtuman mielipiteisiin. Valaistuksella, näköaisti, saadaan ihmiset esimerkiksi hiljentymään jos valoja himmennetään juuri ennen h-hetkeä. Kovat äänet, kuuloaisti, saattavat jopa satuttaa ihmisiä henkisesti. Hiljainen ja tunnelmallinen musiikki on monen ihmisen mieleen, vaikkakin usein esimerkiksi hisseissä se ärsyttää ihmisiä. Tuntoaisteilamme on suuri vaikutus oppimiseen sekä esimerkiksi tuotteiden ostamiseen. Liiallisen kokeminen lyhyessä ajassa vaikuttaa myöskin kykyymme vastaanottaa asioita. Esimerkiksi museoissa, tietyn ajan jälkeen ei jaksa enää pysähtyä ihastelemaan vaan kävelee määrätietoisesti vain eteenpäin. Tapahtuman järjestäjä voikin suunnitella tapahtuman niin, että alkuun tulee tärkein osuus, jonka jälkeen tulee se ylimääräinen tai viihdyttävä osuus. (Getz 2012, 230-231.)

Lapset tekevät nuorina miten- ja miksi kysymyksiä, heidän toiminnan ohjaamiseksi. Koska lapset ovat enemmän tunteidensa vallassa, (aikuisiin verrattuna) on tunteilla suurempi vaikutus heidän keskittymiseen, työskentelyyn ja oppimiseen. Lapsen oppimista voi tukea kannustavalla palautteella, sekä myönteisillä kokemuksilla. Ympäristö voi ohjata lapsen, erityisesti alakoulu- ja esikouluikäisellä, mahdollistamalla heitä ottamaan vastuuta sekä vuoro vaikuttaa ikätovereiden kanssa. Käyttäytymismallit ohjaavat lasten ja nuorten sisäisten ihanteiden sekä toimintamallien syntymistä. (Asunmaa & Vainionpää 2013, 24-26.)

3.9 Tapahtuman lopettaminen

Tapahtuman päätyttyä suunnitteluprosessiin osallistuneet tietävät, oliko tapahtuma ”suuri succee” vai ”totaalinen floppi”. Vaikka tapahtuman aikana olisi saattanut tulla monia pieniä virheitä tai ongelmia, ovat ne silti voineet tehdä tapahtumasta erinomaisen. (Allen 2000, 235.)

Tapahtuman jälkeen on hyvä kiittää niin työntekijöitä, vapaaehtoisia kuin vieraita. Tämä on hyvä tehdä muutaman päivän sisällä tapahtumasta, sillä näin kaikki on vielä tuoreessa muistissa. On myös hyvä tavata muiden prosessissa olleiden kanssa ja keskustella tapahtuman kulusta ja kuulla kaikkien mielipiteistä. Tällaisissa tapahtumissa on hyvä miettiä onko asioita, joita olisi tehnyt toisin tai mitkä asiat toimivat. Saatu palaute antaa pohjaa tuleville tapahtumalle, etenkin jos kyseessä on joka vuotinen tapahtuma. (Allen 2000, 236.)

4 Tapahtuman toteuttaminen- Kotiseutupäivät 2015

Koska tapahtuman ohjelma oli valmiina jo tammikuussa 2015 ja mennyt painoon, keväällä ja erityisesti kesällä oli jäljellä pienien asioiden hoitamista. Askartelua riitti etenkin kesällä juuri muutama viikko ennen tapahtumaa. Muun muassa oli osallistujia kassien tekoa, osallistujia kirjekuorien kokoamista sekä Gaalan istumapaikkakorttien askartelemista. Kokonaisuudessaan Kotiseutupäivien flyeri (liite kolme) sekä ohjelma (liite neljä) löytyvät liite osiosta, opinnäytetyön lopusta.



Kuva 2- Askartelusessio

4.1 Ensimmäinen tapahtuma päivä

Päivät alkoivat torstaina 6.8. Sellon kirjastolla ilmoittautumisella sekä info-tilaisuudella. Ilmoittautumispisteellä istui toimiston henkilökuntaa. Näin ollen suurin osa osallistujista tunsi entuudestaan ilmoittautumispisteen henkilöt. Ilmoittautumisesta tuli heti feedbackia: näkyvyys oli huono ja paikka oli vaikea löytää. Ehdotuksena tuli päivien, että juna-asemalta sekä bussiterminaalista olisi ollut kylttejä mihin suuntaan mennä.

Infotilaisuudessa oli päiviä järjestäneitä henkilöitä vastaanottamassa paikalle tulleita henkilöitä. Infotilaisuuteen saivat osallistua päville osallistuvat sekä media. Infotilaisuudessa puhujina oli muun muassa Espoon kaupungin johtaja Jukka Mäkelä. Iltapäivällä oli seminaarit, joihin sai osallistua kuka tahansa. Illalla oli vielä Espoon vastaanotto, jonka järjestelyistä vastasi Espoon kaupunki. Ihmisiltä saatiin positiivista palautetta siitä, että ilmoittautuminen sekä infotilaisuus ja seminaaripaikat olivat lähekkäin.

Ensimmäisen päivän tapahtumat oli suunnattu Kotiseutu yhdistysten jäsenille ja pakettien ostajille. Näin ollen lapsiperheitä eikä nuorisoa (lähinnä ulkopuolisia) ei ollut huomioitu.

4.2 Toinen tapahtumapäivä

Perjantaina oli ensimmäinen markkinapäivä. Valmistelut alkoivat hieman ennen aamu seitsemää. Aamun puuhiin kuului teltojen kasaaminen, poistumisteiden merkitseminen, roskakorien kasaaminen ja paikalleen laittaminen sekä telttapaikkojen merkitseminen. Aamun sählinkeihin kuului muun muassa pisteiden pitäjien saapuminen viimetippaan sekä pieni sählääminen. Illasta oli Golf-club ilta, jossa muun muassa palkittiin päivän paras golfaaja.



Kuva 3- Poistumistie-merkki markkina alueella



Kuva 4- Markkina-alueen rakentaminen

4.3 Kolmas tapahtumapäivä

Lauantai oli toinen ja viimeinen markkinapäivä. Koska teltat olivat jo paikallaan ja esille panijat tiesivät jo toimipisteensä, ei markkinoiden aloittamisessa ollut ”hirveää sähläystä”. Bussit olivat menneet retkillä sekaisin ja näin ollen se aiheutti pientä stressiä ja uudelleen järjestämistä. Gaalaan kuului viime hetken järjestämistä, kuten juhlapaikan tarkistaminen ja kukkakoristeiden ostamista. Iltapäivällä, kun markkinat olivat ohi, oli aika purkaa edellisenä päivänä rakennettu tapahtuma alue.



Kuva 5- Markkinat

Kolmantena tapahtumapäivänä nuorten ja lasten näkökulma oli otettu huomioon paremmin edellisiin päiviin nähden. Markkinoilla oli lapsille ja kaiken ikäisille ohjelmaa. Markkinateltat ja niiden sisältö vetosivat enemmän vanhempiin. Lapsille suunnattua ohjelmaa oli: Soukkaseuran sekä Olarin Voimistelijoiden tanssiesitykset, välinekokeilu sekä teatteri Hevosenkengän tarjoama leikkihetki. Gaalailta oli täysin suunnattu vanhemmille ja juhlaväki koostui suurimmilta osin jäsenistöstä.

4.4 Neljäs tapahtumapäivä

Sunnuntaina oli päätöstapahtuma ja näin ollen viimeinen tapahtumapäivä. Koska tapahtuma järjestettiin kauppakeskus Sellon sisätiloissa, oli juhlan järjestäminen helpompaa. Paikalla oli

valmiiksi lava sekä valaistus, joten näistä ei tarvinnut huolehtia. Lavan ympäristöstä löytyi penkkejä, joita hieman siirtämällä sai istumapaikkoja katsojille. Äänimies toi mukanaan kaikki tarvittavat äänentoistotarvikkeet sekä kaikki esiintyjät olivat tuoneet omat välineensä, joten järjestäjillä ei ollut hirveästi tehtävää.

Järjestäjien eli Kotiseutuliiton tehtäviin kuului viedä esiintyjät vaihtotiloihin, jotka löytyivät Sellon tiloista sekä huolehtia, että ohjelma pysyy aikataulussa. Esiintyjinä oli Puhti, Simo Aalto- Jokeri Pokeri Box taikuri, Olarin Voimistelijat sekä kuoro. Tunti ennen esitystä ja tunti sen jälkeen oli kasvomaalausta BR lelun toimesta sekä ilmapallotaiteilija Balloon Queen.



Kuva 6- Esitys: Nuorisokuoro Candomino



Kuva 7- Esitys: Jokeri Pokeri Box

Päivän loppuksi oli vain siivottava Sellon kirjastolla vuokrassa ollut huone sekä palauttaa avaimet. Huoneesta oli vietävä vain pahviroskat roskikseen sekä palauttaa panttipullot. Kaiken kaikkiaan viimeinen päivä sujui mutkatta.

Neljäs ja viimeinen tapahtumapäivä oli suunnattu lapsille ja heidän perheilleen, erityisesti kaikille ulkopuolisille. Loppushowta olivat katsomassa monet hymyilevät lapset samoin kuin heidän vanhempansa sekä vanhempi sukupolvi.

5 Tutkimusmenetelmät

5.1 Service design thinking- Asiakas ymmärrys

Service design menetelmä, koostuu useista erilaisista tavoista ymmärtää asiakkaita ja luoda innovatiivisia ideoita. ”Service design is all about making the service you deliver useful, usable, efficient, effective and desirable”- UK design council, 2010 (Andrews, Belmonte, Beuker, Bisset, Blackmon, Blomqvist, Clatworthy, Currie, Drummond, Hegeman, Holmlid, Kelly, Kimbell, Miettinen, Raijmakers, Segelström, Shneider, Stickdorn, Troncon, Van Dijick, Van Oosterom & Widmark 2013, 31). Suomennettuna edellinen ajatus, tämän metodin tarkoituk-

sena on tehdä palvelusta mahdollisimman käyttökelpoinen, hyödyllinen, haluttu ja tehokas. Kuten monissa muissakin Service design määritelmässä tulee esiin sanat käyttökelpoinen, hyödyllinen sekä haluttu. Service design- menetelmän suurin tarkoitus on ymmärtää asiakaskunnan haluja ja tarpeita ja näin ollen luoda uusia tuotteita tai palveluita ja parantaa vanhaa ja olemassa olevaa. Näin yritys tai organisaatio maksimoi tuotteiden ja palveluiden käytön sekä tehostaa toimintaansa. (Andrews & ym. 2013, 28-33.)



Kuvio 2- Palvelumuotoilun osa-alueet

Tässä menetelmässä on viisi tärkeää osa-aluetta, joista tärkein on käyttäjäkeskeisyys. On tärkeä ajatella heidän motiivejaan käyttää palvelua tai tuotetta. Sosiaalinen konteksti, kulttuuri sekä heidän tapansa on tärkeä ottaa huomioon motivaation lisäksi. Yhdessä kehitetty on käyttäjä keskeisyyden jälkeen tärkeä, sillä on hyvä saada kaikki prosessiin kuuluvat henkilöt liitettyä palvelun prosessiin. On se sitten asiakas, omistaja tai siivoaja; kaikkien kannalta tulee palvelua miettiä ja muotoilla. Mikä toimii parhaiten siivoajalle, ei välttämättä toimi parhaiten asiakkaalle. Palvelun jaksottaminen on tärkeää, sillä näin tietää kenen tulee olla ja missä kohtaa palveluprosessia. Tässä tulee myös ajatella kaikkia kolmansia osapuolia. Konkretisoiminen on tärkeää etenkin kun kyse on palvelusta, josta ei välttämättä jää mitään konkreettista käteen. Konkretisoimalla palvelun, muistutat palvelusta asiakasta ja näin ollen asiakas saattaa palata. Kokonaisvaltaisuus on palvelumuotoilussa vaikeaa, sillä on hankala ottaa kaikki mahdolliset pienetkin yksityiskohdat huomioon. Mutta on hyvä saada kokonaiskuva palvelusta ottamalla huomioon paikan, teeman, asiakaskunnanlaadun yms. huomioon. (Andrews & ym. 2013, 36-45)

Service design on prosessi, jossa suunnitellaan uutta tai /ja parannetaan olemassa olevaa palvelua tai tuotetta. Tämän palvelumuotoilun tarkoitus on luoda käyttäjäystävällisempi, kilpailukykyisempi sekä relevantti asiakkaille sekä käyttäjille. (Service design network 2015)

Tapahtumaa suunniteltaessa oppilasryhmän oli tärkeä ymmärtää ensiksi mitä Kotiseutuliitto halusi tapahtuma päiviltä ja sen ohjelmalta. Tämän jälkeen ryhmän tuli katsoa ohjelmaa eri-ikäisten näkökannalta. Näin he saivat kokonaiskuvan siitä mitä niin asiakas kuin heidän toimeksiantaja haluaisi.

Suomen Kotiseutuliitto halusi lapsiperheille suuntautuneempaa ohjelmaa ottaen silti huomioon vanhemman sukupolven. Näin ollen tuli keksiä kaiken ikäisille sopivaa ohjelmaa, sekä hieman yksittäisille ikäryhmille suunnattua. Kaiken ikäisille sopivaa ohjelmaa on muun muassa erinäköiset esitykset.

5.2 Käytetyt menetelmät

Vastatakseni tutkimuskysymykseen käytin apuna havainnointia sekä kyselyitä. Tapahtuma alueella suoritin havainnointia sekä kyselyn ohikulkeville. Alaotsikoiden alla olen selittänyt enemmän kuinka kyseiset havainnointi sekä kyselyt suoritettiin.

5.2.1 Havainnointi

Havainnoinnin suoritin tapahtuman aikana samalla kun työskentelin siellä. Sitä tapahtui kaikkina tapahtuman neljänä päivänä, eri ohjelma osuuksissa. Osuuksia joissa tein suurimmat havainnot olivat muun muassa ilmoittautumisen aikana, markkinoilla sekä päätöstapahtumassa. Havainnoinnin suorittamiseksi kävelin ympäri tapahtuma-aluetta ja seurasin ihmisten liikkeitä alueella.

Ensimmäisenä päivänä havainnoin pääsääntöisesti ilmoittautumispisteellä sekä Viaporin-torin alueella. Toisena tapahtumapäivänä havainnointi suuntautui markkina-alueeseen samoin kuin kolmantena päivänä. Kolmantena päivänä havainnointi suoritin myös Gaalassa, jossa toimin samalla tarjoilijana. Neljäntenä tapahtumapäivänä havainnoinnin suoritin päätösshow alueella, eli Sellon lavan ympäristössä.

Suurimpina havaintoina olivat: ihmisten käveleminen tapahtuma-alueen poikki huomioimatta aluetta sekä flyereiden huono menekki. Vaikka kuinka ihmisiä yritti lähestyä ystävällisesti, eivät he olleet valmiit pysähtymään tai ottamaan paperia.

5.2.2 Kyselyt

Tapahtumasta suoritettiin kaksi kyselyä. Toinen oli minun kyselyni (liite 1) ja toinen oli Kotiseutuliiton teettämä kysely (liite 2). Kyselyiden analyysi löytyy seuraavan otsikon alta.

Suoritin kyselyni kolmantena päivänä, markkinoiden aikana, tapahtuma-alueella. Kyselyyn valitsin sattuman varaisesti ohikulkijoita. Otanta oli noin 20 henkilöä. He olivat niin miehiä kuin naisia, aikuisia sekä nuoria. Vastaaajat olivat ulkopuolisia sekä jonkin verran oli jäseniä. Kysely oli vapaamuotoinen, sillä minä kysyin kyselyyn osallistujalta kysymykset ja hän sai vastata vapaasti niihin. Vastanneet pysyivät anonyymeinä.

Kotiseutuliiton kysely lähetettiin sähköisesti kokopakettien ostajille tapahtuman jälkeen. Kokopaketin ostajilla tarkoitetaan henkilöitä, jotka osallistuivat gaalaan sekä retkelle. Otanta Kotiseutuliiton kyselyssä oli noin 50 henkilöä. Kysely koostui kolmesta avoimesta kysymyksestä, joihin he saivat vastata anonyymisti.

6 Kyselyn vastausten analyysi

6.1 Markkinoilla suoritettu kysely

Tapahtuman aikaan tein markkinoilla kyselyn, jossa yritin saada selville, olivatko kävijät sitä mieltä että markkinoilla oli otettu sopivasti huomioon kaiken ikäiset. Lisäksi kysyin markkinoinnista, erityisesti keskittyen siihen, mistä ihmiset olivat tapahtumasta kuulleet. Kysely löytyy liitteenä numero yksi (1) opinnäytetyön lopusta.

6.1.1 Ikäryhmien huomiointi



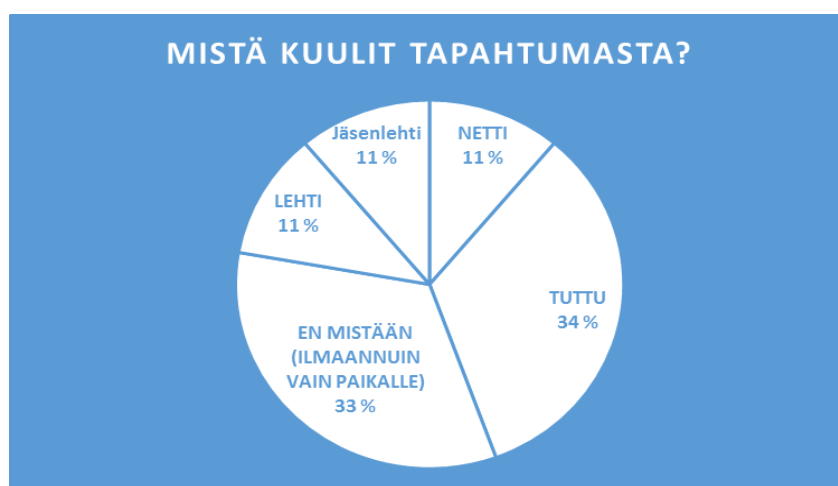
Kuvio 3- Onko kaiken ikäiset otettu hyvin huomioon?

Kuten kuviosta näkyy 82% vastanneista oli sitä mieltä, että kyllä oli ja 18% vastasi että ei. Kun kysyin tarkennusta kyllä vastanneet kuitenkin huomauttivat, että lapsille olisi saanut olla hieman enemmän tekemistä. Ei vastanneet olivat sitä mieltä, että lapsille tulisi olla enemmän ohjelmaa. Markkinoilla vastanneet siis huomioivat, että lapsille olisi voinut olla enemmän viihdykettä, sillä markkinoilla olevat ständit olivat enemmänkin aikuiseen makuun. Eräs vastanneista ehdotti pomppulinnaa kyseisen laatuiseen tapahtumaan tai tuleville päville. Sama henkilö ehdotti myös esimerkiksi ständiä, jossa olisi joku työpaja lapsille, vaikka väritystä.

Vaikka Sellon kirjastolla järjestettiin lapsille suunnattua ohjelmaa markkinoiden aikana, se ei tullut tarpeeksi esillä mainonnassa. Suurimmaksi osin näihin ohjelmaosuuksiin osallistui kirjaston asiakkaat, eivätkä markkinoiden asiakkaat. Markkinoilla ei mainostettu mitään kirjastossa tapahtuvaa, vaikkakin Sellon kirjasto sijaitsee Viaporintorin kupeessa. Näin ollen tälle kirjaston järjestämälle ohjelmalle olisi voinut olla omia mainoskuulutuksia, tai jonkin näköinen ilmoitus ohjelmasta.

Kierrellessäni tapahtumassa huomioin, että etenkin nuoret aikuiset vain kävelivät markkinoiden läpi huomioimatta tai pysähtymättä sen enempää tutustumaan ständeihin tai edes ottaakseen selvää mistä oli kyse. Osa vanhemmista lapsista tekivät samoim tai juoksivat karkkirekalle. Se taisi olla monelle nuorelle tai lapselle sopiva ständi, sillä aina ohi kävellesäni, siellä oli jonoa. Tämä läpikulku johtuneekin siitä, että Sello on monelle se keskus, jossa tehdään suurimmat päivittäiset ostokset tai tavataan ystäviä. Se on myös monen eri julkisen kulkuvälineen varikko tai läpikulku piste. Näin ollen myös markkinoiden aluekin toimi läpikulkualueena suurimmaksi osin.

6.1.2 Tapahtuman markkinointi



Kuvio 4- Mistä kuulti tapahtumasta?

Tapahtuman markkioinnista kysyin sen verran, että mistä he olivat kuulleet tapahtumasta tai olivatko he vain sattuneet paikalle. 34% vastanneista oli kuullut tapahtumasta tutulta, kun taas 33% ilmestyi vain paikalle ihmetellen mistä oli kyse. Loput 33% oli lukenut tapahtumasta lehdistä tai netistä. Näin ollen voin sanoa, että tapahtuman tiedotus oli jakautunut tasaisesti kolmeen alueeseen: media, ei kuultu sekä kuulopuheeseen.

Van Der Wagenin ja Whiten (2010, 95) mukaan flyerit ovatkin tärkeitä pienille sekä keskikokoisille tapahtumille, eivät flyerit aina ole kuitenkaan paras vaihtoehto. Koska ihmiset saattavat vältellä ylimääräisten lappujen ottamista. Itse jaellessani flyereita huomasin, ettei kovin moni ollut halukas ottamaan sellaista. Näin ollen ottaen huomioon lapset sekä markkinoinin lisäämisen, paras mainosvaihtoehto olisi ollut ilmapallot. Ilmapallot saavat nimittäin lapset innostumaan entistä enemmän ja näin ollen näkyvyyttä olisi saatu enemmän. Tärkeintä flyereita jaellessa oli ihmisten lähestyminen oikealla tavalla. Ystävällinen tervehtiminen sekä tiedonanto ovat kaksi tärkeää vaihetta henkilökohtaisessa myymisessä Van Der Wagenin sekä Whiten mukaan (2010, 95).

Toisena asian huomasin, että useat ei-jäsenenä olevat henkilöt tulivat jo torstaina kyselemään päivän ohjelmasta, että mitä tänään tapahtuu, olettaen että markkinat olisivat olleet jo käynnissä. Näin ollen tulevia päiviä varten olisi siis hyvä tehdä selkeämmäksi, mitkä tapahtuman osat ovat oikeastaan jäsenille ja mitkä kaikille.

6.2 Kotiseutuliiton kysely

Kuten joka vuosi Kotiseutuliitto lähettää palautekyselyn tapahtumaan osallistuneille henkilöille, kohdennuttuna koko paketin ostaneisiin. Koko paketin ostajilla tarkoitetaan niitä kävijöitä, jotka ovat osallistuneet retkille sekä Gaalaan. Kyselyn kysymykset löytyvät liitteenä kaksi (2.) opinnäytetyön lopusta.

6.2.1 Lasten ja nuorten huomioiminen

Kotiseutuliiton teettämässä kyselyssä kävi ilmi, että olisi hyvä saada nuoria innostumaan enemmän kotiseututyöstä. Monet kyselyyn vastanneista olivat huomanneet, että kotiseututyöhön tarvitaan lisää nuoria. Eräs kyselyyn vastanneista kommentoi asiaa seuraavasti:

”Näen vahvasti sukupolvenvaihdon tarpeellisuuden, jos ja kun työtä halutaan jatkaa edelleen myös kotiseutu- ja kaupungin-osayhdistyksissä. Jos siihen ei pian päästä kunnolla käsiksi, toiminnan näivettyminen on aika iso uhka. Kotiseututyö ei ole eril-

linen saareke vaan osa kokonaisuutta, jossa ihmiset elävät ja toimivat, siksi sen pitäisi entistä vahvemmin olla mukana muutoksessa eikä niinkään jarrumiehenä.”

Eräs toinen oli vastannut kyselyyn:

”Kotiseutupäivien nykyaikaistaminen, nuorten saaminen mukaan edellyttää esimerkiksi oman nuorisajaoston perustamista, josta he kasvavat Kotiseutuliiton työhön ja jäseniksi. Nykyinen joukko ympäri Suomen on hyvin iäkästä, eivätkä kohta jaksa toimia, eikä siihen joukkoon nuoret tule, jos ei jotain muutoksia tehdä.”

Useita kyselyyn vastanneista huolestutti tämä kuinka saadaan nuoria osallistumaan kotiseututyöhön ja jatkamaan päivien perinnettä. Tutkimusaineistosta löytyikin eräs kommentti, joka oli erittäin vakuuttava idea tuleville vuosille seminaariin:

” Kuinka saadaan nuoria toimintaan mukaan, tutkia millainen meno kiinnostaisi. Seminaarin aiheena voisi olla tarviiko kaikki vanha ja kulunut pelastaa?”.

Monen kotiseutuyhdistyksen jäsenen huolestuminen kannattaisi ottaa huomioon tulevilla päivillä, vaikka vielä löytyi muutama henkilö, jotka eivät pitäneet moderniuudesta päivillä. Eräs kyselyyn vastanneista vastasi seuraavanlaisesti:

” Koululaisille mitoitettu juhlasali pienine muovituoleineen oli hankala ja ahdas iäkkäille ihmisille monen tunnin istumiseen. Musisointi ei kuulunut parvelta ollenkaan. Ohjelma oli pitkäväteinen eikä pysynyt käsiohjelmassa. Eikö juontajaksi löytynyt kokenutta osaaajaa? Kyse on arvokkaasta juhlasta! Osallistujien iän ja aseman huomioiminen, tuskin kukaan nautti nuorten rock-musiikista, oli varmaan hienoa, mutta väärässä paikassa ja tilaisuudessa esitettynä.”

Eräs vastanneista oli sitä mieltä, että lapsille järjestetään jo tarpeeksi tapahtumia. Hän vastasi näin:

”Avajaisiin Sellon torille en ehtinyt, mutta päättäjäiset olivat todella pettymys. Järjestämme Espoossa lapsille suunnattuja ilmaisia tapahtumia pitkin vuotta useiden yhdistysten voimin,

joten ilmapallo- ja pellejutut voisi unohtaa ja suunnata tilaisuuden kotiseutupäivien osallistujille, joita ei juurikaan enää tuossa tilaisuudessa näkynyt. Mallia voisi muistella vaikkapa Nilsin kotiseutupäivistä, tai esim. Hämeenkyrön. Ja kunnon istumapaikat pitää varata osallistujille.”

Nuoriin vetoamisessa ei ole kyse vanhan ja kuluneen poistamisesta vaan asioiden modernisoinnista tai nykypäiväistämisestä - aivan kuten nykyteknologiakin on kehittynyt. Vaikka tähän Kotiseutupäiviin otettaisiinkin moderni ote, olisi silti hyvä tehdä se vähitellen vanhaa kunnioittaen.

6.2.2 Tapahtuma-alue sekä tiedotus

Toinen isompi huomautus kyselyyn vastanneiden mielestä oli Kotiseutupäivien paikka sekä vaatimattomat opasteet. Tutkimusaineistoni mukaan Sellon kauppakeskus oli liian kiireinen paikka kyseiselle tapahtumalle, etenkin avajaisiin sekä päätöstapahtumalle. Eräs Kotiseutuliiton vastanneista vastasikin seuraavasti:

”Aloittajaiset kauppakeskus Sellossa oli todella hämmentävä! Ymmärrän kyllä sen, että halutaan olla lähellä ihmisiä. Mutta että kaikki tapahtui sen kauppakeskuksen ehdoilla ja siinä älyttömässä hälyssä! Eikö niitä kaupan omia mainoskuulutuksia olisi saanut hiljaiseksi edes yhdeksi tunniksi? Vai yrittivätkö järjestäjät edes sitä? Minusta tuo hälyinen kauppakeskus ei edistänyt tippaakaan kotiseutuaatteen eteen päin viemistä. Kauppakeskuksessa asinoineet ihmiset olivat päinvastoin ihmeissään, mitä tuolla areenalla oikein tapahtui. Minusta epäonnistunutta oli avajaisten vienti tuollaiseen kauppahelvettiin. Ymmärrän kyllä sen, että kotiseutuaate tuotaisiin kaikkien nähtäville, mutta nythän se hävisi totaalisesti niihin kuulutuksiin ja taustahälyyn. Ja miksi tämän piti tapahtua keskellä älytöntä kauppahumua? Eli ei onnistunut, vaikka ajatus oli hieno.”

Joitakin kommentteja tuli myös siitä, kuinka Sellon koko alue oli hieman epäselvä tapahtumapaikaksi. Markkina-alueesta tuli myös muutama huomautus: ruokakojut olivat erillään muista kojuista, ja niitä oli vaikea huomata.

Pelkkä Sellon kauppakeskus ei ollut kritiikin vaan myös opasteiden vähäisyys sekä huono tiedotus. Monet huomauttivatkin, että maalaiset eivät välttämättä löydä niin helposti perille; etenkin ilman opasteita. Jonkin verran tutkimusaineistostani osoitti, etteivät esimerkiksi hotellityöntekijät osanneet opastaa päiville.

”Opasteita olisi voinut olla enemmän (autoilijoita ajatellen). Tiedottaminen: esim. TapiolaGardenissa henkilökunta ei tiennyt päivistä mitään (toisilta kuultua, itse asuin Glo:ssa).”, vastasi eräs päivillä käynyt. Eräs toinen kävijä antoi seuraavanlaista kritiikkiä: ”Tiedotus Espoossa yleensä ja Sellossa. Näkyvyys A4_mainoksilla todella huono ja Espolaiset eivät löytäneet toritapahtumaa :(. ”

6.3 Oliko tapahtumassa tarpeeksi lapsille ja nuorille ohjelmaa?

Kuten molemmissa kyselyissä, niin itseni järjestämässä kuin Kotiseutuliitonkyselyssä, kävi ilmi, että kyseisillä päivillä olisi voinut olla enemmän nuoria sekä lapsiperheitä huomioituna, aivan kuten tulevilla päivilläkin. Kotiseutuyhdistysten jäsenet ovat huolissaan, että saadaan-ko perinnettä jatkettua, jos päivistä ja kotiseututyöstä eivät nuoret ole kiinnostuneet. Tutkimusaineistoni perusteella, lisäämällä esimerkiksi Kotiseutupäivien seminaariin nuoria kiinnostavia aiheita, saataisiin heitä ehkä innostumaan enemmän. Näin ollen saataisiin ihmisiä jatkamaan kotiseutupäivien perinnettä sekä hieman uudistettua konseptia.

Tulevia päiviä ajatellen, ottamalla esimerkiksi ammattikorkeakoulujen opiskelijoita mukaan suunnitteluprosessiin, saataisiin uutta näkökulmaa tapahtumaan. Aivan kuten Kotiseutuliitto teki vuoden 2015 päivien kanssa. Tekemällä yhteistyötä myös ammattikorkeakoulujen sekä yliopistojen kanssa, saadaan päiville näkyvyyttä myös nuortenaikuisten keskuudessa. Kuten Allen, Bowdin, McDonnell sekä O’Toole mainitsevat kirjassaan ”Events Management” (2001, 95) yliopistoista, korkeakouluista sekä opiskelijakunnista saa hyvin vapaaehtoistyöntekijöitä tapahtumaan. Opiskelijoilta saa myös uusia ideoita etenkin, jos he ovat paneutuneet opinnoissaan tapahtuman järjestämiseen. Näin heillä on uusimmat trendit ja ideat tapahtuman uudistamista varten.

6.4 Päivien esille tuonti

Vaikka Kotiseutupäivät ovat pääosin eri Kotiseutuyhdistysten jäsenille, oli useamman Kotiseutuliiton kyselyyn vastanneiden mielestä sitä tuotava esille myös paikallisille asukkaille. Kuten ensimmäisen kyselyn tuloksien perusteella huomataan, huimat 33 % sattui vain paikalle ja 34 % oli kuullut tapahtumasta tutultaan. He eivät olleet edes itse nähneet tapahtumasta mitään

mainosta. Vaikka Länsiväylässä oli tapahtumasta juttua, ei se kantautunut kaikkien kävijöiden tietoon. Jopa osa Kotiseutuyhdistysten jäsenistä olivat hieman pettyneitä päivien tiedottamisesta. Eräskin vastaajista vastasi seuraavasti:

”Tiedotus tehokkaampaa valtakunnallisissa ja maakunnallisissa lehdissä. Ansiomitalin saajia ei noteerattu suuremmissa lehdissä.”

7 Yhteenveto

Tapahtuman järjestäminen on pitkä ja raskas prosessi. On vaikea ottaa useampi sukupolvi huomioon, etenkin kun kyse on perinteikkästä tapahtumasta, jota on järjestetty vuodesta 1949 lähtien. Ja koska tapahtuma on jokavuotinen, useat tapahtuman kävijät ovat osallistuneet jo useille päiville. (Kotiseutuliiton 2015. B/)

”Vetääkö kotiseutupäivät lapsiperheitä ja nuoria puoleensa?” on minun tutkimuskysymykseni tässä opinnäytetyössä. Opiskelijaryhmän tehtävänä oli luoda tapahtumaan kaikenikäisille sopivaa ohjelmaa, jossa he onnistuivat hyvin opintojakson tavoitteisiin ja asiakkaan (Kotiseutuliiton) vaatimuksiin nähden. Opintojakson päätyttyä, Kotiseutuliitto poisti jonkin verran opiskelijoiden ehdotuksista ja näin ollen joidenkin mielestä lapsiperheiden huomioiminen unohtui tapahtuman aikana. Kuten tutkimukseni osoitti lapset ja nuoret perheineen toki viihtyivät tapahtumassa muun muassa lauantaina, vaikkakin he olisivat toivoneet enemmän tekemistä, etenkin lapsille. Ehdotuksena oli muun muassa pomppulinnaa markkinoille tai lapsille oma piirustusteltta.

Koska Kotiseutupäivät on vuotuinen päätapahtuma kotiseututyölle ja Suomenkotiseutuliitolle, ovat useat osallistujat jäseniä. He ovat usein myös osallistuneet jo useammille Kotiseutupäiville, joten tapahtuma on heille jo ennestään tuttu. Suurin osa jäsenistöstä onkin keski-ikäisiä tai vanhempaa sukupolvea olevia. Vuoden 2015 Kotiseutupäiville haluttiin enemmän kävijöitä ja näin ollen myös kohdistaa tapahtumaa nuorille ja lapsiperheille. Tarkoituksena oli samalla nostaa heidän kiinnostustaan kotiseututyöhön.

Kuten Hixson (2014) ihmiset osallistuvat tapahtumiin oppiakseen uutta sekä vaikuttaakseen yhteisöönsä, he myös osallistuvat sosialisoituaan muiden ihmisten kanssa. Myös nuoret osallistuvat tapahtumiin tutustuakseen uusiin ihmisiin, sekä viettääkseen aikaa kavereiden kanssa. On todettu, että nuoret osallistuvat helpommin tapahtumiin ikävuosien 16-17 välillä,

sillä he etsivät itseään ja paikkaansa yhteiskunnassa; sekä he ovat juuri nuoruuden sekä aikuisuuden välimain. Kun nuori ottaa tavakseen osallistua tapahtumiin, hän jatkaa herkemmin niissä käymistä vanhetessaan. Artikkelissa käsitellyssä tutkimuksesta, kävi ilmi, että nuoret osallistuvat tapahtumiin, jotka kiinnostavat heitä sekä joissa he pääsevät toteuttamaan itseään.

Näin ollen voidaan sanoa, että jos Kotiseutupäiville halutaan enemmän nuoria-aikuisia osallistumaan, kohderyhmään tulee vaikuttaa jo nuorella iällä. Ottamalla ohjelmaan nuoria kiinnostavia asioita sekä ohjelmanumeroita, saadaan nuorien osallistumisprosentti varmasti nousemaan. Kuten eräs Kotiseutuliiton kyselyyn vastanneista oli sitä mieltä, että käsittelemällä nuoria kiinnostavia aiheita seminaarissa, saadaan nostettua nuorten osallistumista.

Markkinatapahtumassa oli tanssiesityksiä sekä leikkihetki, jotka oli erityisesti suunnattu lapsille ja nuorille. Leikkihetkeen ei osallistunut kovinkaan moni, mutta tanssiesityksiä oli ihailemassa lasten ja nuorten lisäksi vanhempi kansa. Esityksien lisäksi markkinoilla oli samalla toritapahtuma. Siellä kierrellessäni, huomasin nopeasti, että monet ihmiset kävelivät alueen poikki määrätietoisesti tai huomioimatta ollenkaan Viaporintoria ympäröivää markkina-alueetta. Markkinoilla teetetyssä kyselyssä tuli esiin, että lapsille ja nuorille olisi voinut olla enemmänkin tekemistä/ suunnattua ohjelmaa.

Sunnuntai-päivä oli toki lapsille ja heidän perheille suunnattu eri ohjelmanumeroilla, mutta sopi se myös vanhemmalle sukupolvelle. Tätä sunnuntai-päivän ohjelmaosuutta kutsuttiin Kotosen Kotiseutupäivänä. Katsellessani show'ta, huomasin että katsomassa ei ollut ainoastaan lapset vaan kaiken ikäiset. Suurin osa lapsista istui aivan lavan edessä ja osa seisoi hieman taaempana. Lasten joukkoon oli eksynyt muutama vanhemman sukupolven edustaja. Nuoret ja aikuiset olivat pysähtyneet ylätasanteille ihailemaan show'ta. Eräs ohikulkija (noin 25 -30-vuotias mies) tuli kertomaan minulle päätöstapahtumassa, kuinka innoissaan oli näkemässä Jokeri Pokeri Boxin -esityksestä. Hänen sanojensa mukaan esityksestä tuli nostalginen fiilis tuoden lapsuuden muistoja mieleen. Niin lasten kuin aikuisten ilmeistä huomasin hymyn, joka kertoo enemmän kuin tuhat sanaa. Esitysten aikana Sellon ostoskeskuksen avoin alue raikui naurua, kun lavalla esiintyi niin Simo-taikuri sekä Puhti. Tarkkaillessani tapahtuma-alueella sunnuntaina huomasin kuinka innoissaan lapset olivat, mutta niin myös vanhempi kansa esityksien aikana.

Koska Sello on suuri ostoskeskus ja siellä käy ”normaalina aikana” paljon ihmisiä ostoksilla, osallistui tapahtuman päätös show'n suuri määrä. Osa ihmisistä vain käveli ohi ihmetellen mistä oikein oli kyse ja show'n aikana toiset pysähtyivät katselemaan ylätasanteilta show'ta. Muutamat yhdistyksien jäsenet eivät olleet tyytyväisiä itse kauppakeskuksen valintaan, johtuen sen hälyisyydestä. Kuten Van der Wagen sekä White (2010, 40-45) toteavatkin, on paikan

oltava tarpeeksi iso osallistujamäärään nähden, mutta myös toiminnallinen sekä soveltuva tapahtuman luonteelle. Sellon kauppakeskus ei ollut ehkä toiminnallisin vaihtoehto aloitus showlle hälyisyyden takia, mutta päätöstapahtumalle se oli oikein sopiva. Sen tarkoituksena olikin ottaa myös ulkopuoliset huomioon. Sello oli myös riittävä päätös shown katsoja määrään nähden.

Kaiken kaikkiaan kaiken ikäiset olivat otettu huomioon tavalla tai toisella. Suhteutettuna kaikki neljä päivää olisi lapsille voinut olla hieman enemmän ohjelmaa/ tekemistä. Mutta kun kyse on kuitenkin Kotiseututyön vuotuisesta tapahtumasta, jossa pääkävijöinä ovat eri kotiseutuyhdistysten jäsenet, oli ohjelmaa sopivasti. Esimerkiksi tanssiesityksiä oli katsomassa monen ikäiset ihmiset vuoden 2015 päivillä. Damm:n (2011, 39) mukaan, ihmiset tulevat tapahtumiin tullakseen viihdytetyiksi, sekä päästäkseen pakoon normaaleja rutiineita. Lisäksi ihmiset odottavat kokevansa uutta tapahtuman aikana. Hänen mukaansa löytääkseen kohderyhmälle sopivaa ohjelmaa, tulisi tietää kohderyhmän ikä, kulttuurinen tausta sekä koulutus. Näin hänen mukaansa taataan sopiva ohjelma yleisölle. Tämän teorian perusteella voidaan sanoa, että tuleville päivillä tulisi valita esiintyjiä sekä esityksiä, jotka viihdyttävät kaiken ikäisiä. Lisäksi olisi hyvä, jos esitykset mukailisivat aiempina vuosina olleita hyviä esityksiä. Sillä Damm:n (2011, 39) mukaan, on hyvä katsoa aiempien vuosien yleisömääriin, sekä tapahtumaan. Näin tiedetään mikä toimi ja mikä ei.

Tulevia päiviä varten olisi hyvä saada enemmän näkyvyyttä tapahtumalle, jos haluaa herättää enemmän eri-ikäisten mielenkiintoa kotiseututyötä kohtaan. On myös hyvä ottaa eri-ikäiset huomioon, jotta kyseisenlaiseen tapahtumaan saadaan myös lapsiperheet mukaan. Yhteenvetona voidaan sanoa, että Kotiseutupäiville kaivataan nuoria sekä lapsiperheitä. Jotta heitä saadaan osallistumaan, tarvitsevat päivät uudistusta sekä modernia vivahdetta. Seuraavia vuosia ajatellen olisi hyvä keskittyä niin nuorten puoleensa vetämiseen kuin tiedottamiseen. Markkinointiin pitää tehostaa eritoten, jos päivät ovat toisessa yhtä suuressa kaupungissa kuin Espoo. Käyttämällä hyväkseen nuoria sekä nuoria-aikuisia kiinnostavia tiedonlähteitä kuten SOMEa hyväkseen, saadaan tiedotus sekä mainonta kohdennettua uuteen kohderyhmään. SOMEssa eritoten Facebook, Instagram sekä Twitter ovat sopivia tiedottamisen lähteitä. Aivan kuten Van der Wagen sekä White(2010) mainitsevatkin, että tuntemalla kohderyhmänsä tottumukset sekä piirit, oikeanmainonta lajin valinta on helpompaa. Oikealla mainontalajilla saadaan myös tietynlainen varmuus kohderyhmän tavoittamisesta.

Kuten Alakoski ja Bäck (2013) toteavat artikkelissaan, on näköaisti aisteistamme voimakkain. Nähdessämme uutta, huomaamme eron nopeasti. Kuvien käyttäminen esimerkiksi mainonnassa, tuo mieleen usein muistoja sekä ajatuksia tulevasta. Koska ihmiset huomaavat ja reagoivat nopeasti näköaistin perusteella, tulisi Kotiseutupäivien uudistus tehdä hitaasti ja tietyllä tavalla huomaamattomasti. Näin pystyttäisiin takaamaan paremmin vanhojen ja perinteistä

pitävien jäsenten viihtyvyys. Käyttämällä aiempien vuosien kuvia mainonnassa, luodaan kiinnostuneille ulkopuolisille kuvaa mitä odottaa ja uskollisille kävijöille nostalgiaa.

Kaiken kaikkiaan voidaan sanoa, että vuoden 2015 Kotiseutupäivät olivat onnistuneet uudistettulla vivahteella. Tutkimusaineiston perusteella useat olivat tyytyväisiä päiviin ja sen eri ohjelma osuuksiin. Totta kai aina löytyy joku, joka ei ole tyytyväinen johonkin, sillä kaikkia ei vaan voi tyydyttää. Vuoden 2015 päivillä muutos saattoi olla joidenkin mielestä aika radikaali, joten tulevaisuudessa pienillä muutoksilla pystyttäisiin takaamaan kaikkien viihtyvyys. Kotiseutupäivillä on nyt hyvä pohjaa uudistukselle ja nuorten sekä lapsiperheiden vetoamisella. Pienillä lisäyksillä sekä parannuksilla päiviltä 2015, tulevien vuosien Kotiseutupäivät tulevat varmasti vetoamaan uuteen kohderyhmään.

Lähteet

Alakoski, L. & Bäck, A. 2013. Measuring multiple senses in customer experiences - the amusement park case. *International journal of hospitality and tourism*. 1/2013. 28-38

Allen, J. 2000. *Event planning: The ultimate guide to Successful Meetings, Corporate events, Fundraising galas, Conferences, Conventions, Incentives and other special events*. John Wiley & Sons Canada

Allen, J., Bowdin, G., McDonnell, I. & O'Toole, W. 2001. *Events Management*. Reed educational and professional publishing Ltd, Oxford.

Andrews, K., Belmonte, B. Beuker, R., Bisset, F., Blackmon, K., Blomqvist, J., Clatworthy, S., Currie, L., Drummond, S., Hegeman, J., Holmlid, S., Kelly, L., Kimbell, L., Miettinen, S., Perez, A., Raijmakers, B., Segelström, F., Shneider, J., Stickdorn, M., Troncon, R., Van Dijck, G., Van Oosterom, A. & Widmark, E. 2013. *This is service design thinking*. BIS Publishers. Amsterdam.

Asunmaa, T. & Vainionpää, J. 2013. *Samalta Viivalta 7*. PS-kustannus, Jyväskylä, Suomi.

Berlonghi, A. 1997. *The special event risk management manual*, vol.1. Dana Point, California, USA.

Connell, J. & Page, S.J. 2011. *Routledge Handbook of Events*. Routledge

Conway, D.G. 2009. *The event manager's bible*, 3rd edition. How to books Ltd, UK.

Damm, S. 2011. *Event Management : How to Apply Best Practices to Small Scale Events*. Diplomica Verlag.

Getz, D. 2012. *Event studies, Theory, research and policy for planned events*, 2nd edition. Routledge, New York, US.

Getz, D. 2013. *Events Management: Event Studies (2nd Edition)*. Taylor and Francis.

Hixson, E. 2014. The impact of young people's participation in events: Developing a model of social event impact. *International Journal of Event and Festival Management*, Vol 5, issue 3. 198-218.

Häyrynen, E. & Vallo, H. 2014. *Tapahtuma on tilaisuus: tapahtuma markkinointi ja tapahtuman järjestäminen*. Tietosanoma.

Parkkinen, K., Tolonen, K. & Tuorila, H. 2008. *Aistit ammattikäyttöön*. WSOY, Helsinki, Suomi.

Parry, B. et Shone, A. 2004. *Successful event management, a practical handbook* 2nd edition. Thomson.

Van der Wagen, L. and White, L. 2010. *Events Management, For tourism, cultural and sporting events* 4th edition. Pearson, Australia.

Internet lähteet

Experience design event. 2012-2015. Where physical experience and virtual experience meet. Viitattu 22.10.2015. <http://www.experiencedesignevent.com/>

Kotiseutuliitto. 2015. A/ Kotiseutuliitto järjestönä. Viitattu 1.12.2015. <http://www.kotiseutuliitto.fi/liitto-jarjestona>

Kotiseutuliitto. 2015. B/ Valtakunnalliset Kotiseutupäivät. Viitattu 27.10.2015. <http://www.kotiseutuliitto.fi/toiminta/valtakunnalliset-kotiseutupaivat>

Service Design network. 2015. What is service design?. Viitattu 22.10.2015. <http://www.service-design-network.org/intro/>

Kuvat

Kuva 1- Ohjelma ehdotus opiskelijoilta	10
Kuva 2- Askartelusessio	17
Kuva 3- Poistumistie-merkki markkina alueella	18
Kuva 4- Markkina-alueen rakentaminen	18
Kuva 5- Markkinat.....	19
Kuva 6- Esitys: Nuorisokuoro Candomino	20
Kuva 7- Esitys: Jokeri Pokeri Box.....	21

Kuviot

Kuvio 1- Tapahtuman järjestämisen- kurssin kulku	9
Kuvio 2- Palvelumuotoilun osa-alueet.....	22
Kuvio 3- Onko kaiken ikäiset otettu hyvin huomioon?	24
Kuvio 4- Mistä kuulit tapahtumasta?.....	25

Liitteet

Liite 1 Kotiseutupäivien kysely	39
Liite 2: Kysely pakettien ostajille	41
Liite 3: Kotiseutupäivien flyeri	42
Liite 4: Kotiseutupäivien ohjelma.....	43

Liite 1 Kotiseutupäivien kysely

2015 Kotiseutupäivät

PERUSTIEDOT

IKÄ	<hr/>	nainen	<input type="checkbox"/>	
PERHE	kyllä/ei	<input type="checkbox"/>	mies	<input type="checkbox"/>
KOTISEUTUYHDISTYKSEN JÄSEN:	kyllä/ei	<input type="checkbox"/>		

TAPAHTUMA

Mistä kuulit tapahtumas-
ta?

netti	<input type="checkbox"/>	lehti	<input type="checkbox"/>
tuttava	<input type="checkbox"/>	jäsenlehti	<input type="checkbox"/>
en mistään	<input type="checkbox"/>		

Onko lapset ja nuoret otettu hyvin huomioon tapahtumassa?

kyllä	<input type="checkbox"/>
ei	<input type="checkbox"/>

mitä puuttuu?

Tulitko katsomaan jotain tiettyä tapahtumaa?

kyllä

ei

Jos kyllä, mikä tapahtu-
ma?

Onko tapahtuma-alue mielestäsi selkeä?

kyllä

ei

Jos ei, mikä selkeyttäisi?

Onko kokonaisuus mielestäsi:

mielyttävä

yhtenäinen

hyvin suunniteltu

muu

Saiko tapahtuma sinut kiinnostumaan Kotiseutuliitosta ja kotiseututyöstä?

kyllä/ei

Liite 2: Kysely pakettien ostajille

Kotiseutuliiton kysely kokopakettien ostajille

1. Mikä oli onnistunutta ja toimivaa?
2. Mikä ei toiminut ja mitä olisi pitänyt vielä parantaa
3. Millaisia aiheita tulevilla kotiseutupäivillä pitäisi käsitellä esimerkiksi seminaarissa ja kammareissa?

Liite 3: Kotiseutupäivien flyeri



Liite 4: Kotiseutupäivien ohjelma

YLEISOHJELMA 6.-9.8.

Toistai 6.8. | Seminaari

Aamulla
Kotiseutupöytä
Ilmainen buffet, Ruokailuhuone 20

12.00 – 17.00
Info ja ilmoittautuminen
Selon kirjasto, aula, Leppävaarankatu 9

14.00 – 17.00
Kulttuuri ja talous kotiseuturakkauden kasvatuksella-seminaari
Selon kirjasto, Sattomieskatu 1A

17.00 – 19.00
Espoon kaupungin terveystieteidenotto
Selon kirjasto, Sattomieskatu 1A

Perjantai 7.8. | Avajaiset & kammarit

9.00 – 12.00
Info ja ilmoittautuminen
Selon kirjasto, aula, Leppävaarankatu 9

10.00 – 16.00
Kotiseutumarkkinat Viaporin tällä
Leppävaarassa
Espoon kaupungin ja muut yhdistykset ja toimijat esittävät, työstävät, kutsuvat, kokeilevat, kokeilevat ja maistavat

11.00 – 12.00
Kotiseutupäivien avajaiset
Rakkaudesta Selon kirjasto, Leppävaarankatu 9-8

12.00 – 13.00
Toriaines Viaporin tällä

13.00 – 15.00
Suomen Kotiseutuliiton vuosikokous
Selon kirjasto, Sattomieskatu 1A

13.00
Kirjasto-illanotto Selon kirjasto
Selon kirjasto, Leppävaarankatu 9

15.00 – 15.30
Kammarikahvit
Selon kirjasto, Sattomieskatu 1A

15.30 – 18.00
Keskustelukammarit
Selon kirjasto, Selon kirjasto-illanotto ja Musiikkiryhmä Järvenpään puolesta

19.00 – 21.00
Kotiseutuliiton kulttuuritapa
Selon kirjasto, Selon kirjasto-illanotto, Leppävaarankatu 1

19.00 – 20.30
Kotiseutuliiton illanotto
Selon kirjasto, Sattomieskatu 1A

20.00 –
Espoo-visa Ravintola Basessa
Kotiseutuliiton ja Selon kirjaston yhteinen

Lauantai 8.8. | Retkipäivä & Gaalailla

9.00 – 16.00
Kotiseuturetket

10.00 – 16.00
Info ja ilmoittautuminen
Selon kirjasto, aula, Leppävaarankatu 9

10.00 – 16.00
Kotiseutumarkkinat jatkuavat
Viaporin tällä

19.00 – 24.00
Espoo-Gaala
Opinoiden Keskus, Lohentien 2, Suurpöytä

Sunnuntai 9.8. | Jumalanpalvelus & päätöstapahtuma



9.00
Ortodoksinen aamupalvelus, liturgia ja lauselujuhla
Pyhästä Herran Alkavalon kirkosta, Kaupinkatu 2

11.00 – 12.00
Kirkkokahvit

10.00
Kaksikielinen jumalanpalvelus
Espoon kirkkotoimisto, Kinnarpuut 5

11.00 – 12.00
Kirkkokahvit
Järvenpään seurakunta, Kirkkokuja 2

12.00 – 15.00
Kotiseutupäivien päätöstapahtuma
Kaupinkatu 2, Selon kirjasto, Leppävaarankatu 9-8

Rakkaudesta kotiseutuun